

글로벌 경쟁력 강화를 위한 재일코리안 네트워크 형성 및 활성화 방안

Building and Activation of Network of Korean Business Residents in Japan for Global Competitiveness

유 경 재 아시아경제문화연구소 소장 (ryu7001@asia-eci.org)
이 영 찬[†] 동국대학교 경상학부 부교수 (chanlee@dongguk.ac.kr)

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effects of social capital on the economic performance of Korean Business Residents in Japan and global competitiveness of Korea, and to find out social capital is the antecedent factor of these two variables. To serve the purpose of this study, we conducted the extensive survey on 153 Korean Business Residents in Japan in diverse industries. From the result, we identified that the economic performance becomes higher as the level of social capital increase, and the Korean Business Residents which has good performance affect the global competitiveness of Korea.

Keywords : Social Capital, Ethnic Network, Ethnic Business Network, Korean Business Residents in Japan

1. 서 론

21세기 글로벌 시대가 도래하면서 재외동포에 대한 관심과 연구는 급속히 증대되기 시작하였다. 화교들이 자발적으로 화상네트워크를 조직하여 화상대회를 개최하고 있는 것과 마찬가지로 해당 이주국가에서 거의 1세기 가까이 생활하고 있는 재외코리안 기업인들 역시 각종 조직 및 한상네트워크를 결성하면서 2005년에는 재외동포재단의 주최로 경기도 고양에서 제4차, 2006년과 2007년에는 부산에서 제5차 및 제6차, 그리고 2010년 대구에서 제9차 한상대회를 개최하기에 이르렀다. 이와 같이 해외에 거주하는 한상들

이 모국에서 한자리에 모여 네트워크를 구축하는 것은 경제적, 문화적인 활동의 범위와 가능성을 크게 확대시키는 동시에 한상의 무한한 잠재성을 생산하기 때문에 국내산업과 연계하여 이들을 활용하는 방안이 글로벌 경쟁력 강화를 위한 중요한 이슈가 되고 있다. 따라서 본 연구는 대한민국의 글로벌 경쟁력 강화 측면에서 재외코리안과의 글로벌 네트워크 구축을 위해 그들의 네트워크 구조를 파악하고 이해하는데 목적이 있으며, 재외코리안 중 재일코리안 기업인에 초점을 맞추어 재일코리안 기업인의 현재 네트워크 현황 및 구조를 파악하고 네트워크를 효과적으로 구축하는 방안을 모색하고자 한다.

구체적으로, 본 연구에서는 사회적 자본 및 사회연결망 이론에 근거하여 재일코리안 기업인의 네트워크 관계를 파악하고자 한다. 이를 위해 문헌 및 현지조

이 논문은 동국대학교 교원해외연수 지원에 의하여 이루어졌음.

[†] 교신저자

논문접수일 : 2011년 2월 20일, 게재확정일 : 2011년 3월 21일

사를 통해 경제인들이 어떠한 조직이나 단체에 참여하고 있으며 그 단체나 조직이 네트워크에서 어떠한 영향을 미치는가를 파악한 후 재일코리안 기업인들의 네트워크 구조를 밝혀낸다. 다음으로 재일코리안 기업가의 사회적 자본 수준에 따른 경제적 성과와 글로벌 경쟁력 간의 관계를 실증적으로 분석함으로써 효과적으로 재일코리안 네트워크를 구축하는 방안을 제시하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 사회적 자본

사회적 자본이라는 개념에는 수많은 정의가 존재한다. 이는 학자들이 사회적 자본의 형태와 기능에 대해 다양한 접근을 하고 있기 때문이다. 사회적 자본에 대한 논의는 오랜 역사를 가지고 있으며 많은 학자들이 논의에 참여하였으나 가장 큰 영향을 미친 학자로는 Coleman(1988), Bourdieu(1986) 그리고 Putnam(1995) 등이다.

Bourdieu(1986)는 사회적 자본의 가치를 규명했으며, Coleman(1988)은 사회적 자본에 대한 명확한 이론적 틀을 제공하였다. 또한 Coleman(1988)은 처음으로 사회적 자본에 대한 명확한 이론적 틀을 제공하였다. 그러나 현재 사회적 자본의 개념으로 가장 널리 알려진 사람은 Putnam(1995)이며, 그는 이 개념을 학계를 넘어 언론에까지 전파시켰다. Putnam(1995)의 영향으로 사회적 자본이라는 용어는 일반적으로 사회적 관계를 의미하며, 서로에게 이익이 되는 협력을 용이하게 하는 네트워크나 규범, 신뢰와 같은 사회조직화의 특성을 말하는 것이라 할 수 있다.

사회적 자본이란 경제주체들 간의 신뢰와 지원관계에 의해 형성되는 자산이다. 사람들은 가족, 친척, 동창, 기타 다양한 타인들과 관계를 맺는다. 사람들은 그들이 지속적으로 접촉하는 일부의 타인들만 신뢰하고 지원하며, 일부의 타인들에게만 지원을 요청한다. 따라서 유대관계 네트워크에 포함되어 있거나 이에

접근할 수 있는 사람이 경쟁우위를 확보할 수 있다. 이와 같이 특정 개인의 인적 유대관계가 경쟁우위의 원천이 될 때, 그 유대관계를 그 사람이 가진 사회적 자본이라고 한다. 이상의 논의에 의하면, 사회적 자본은 “특정 경제주체가 자신의 사회적 유대관계를 통해 접근·확보할 수 있는, 자신의 목적달성에 도움을 주는 무형자산의 집합”으로 정의할 수 있다(이경목, 1996; 이영현, 2006).

조직의 사회적 자본 분야에서 가장 대표적인 연구로는 Nahapiet and Ghoshal(1998)의 연구를 들 수 있다. 이들은 구조적 차원, 관계적 차원, 인지적 차원의 사회적 자본이 지적자본의 결합과 교환을 유발하여 새로운 지적자본이 창출된다는 개념적 틀을 제시하고 있다. 여기서 구조적 차원의 사회적 자본은 특정 사회시스템이나 유대관계 네트워크 자체의 특성에 관한 것이다. 사회적 자본의 구조적 차원은 기업 내부 구성원들 간의 관계에 근거하여 기업의 사회적 자본을 정의할 수 있도록 해 준다. 관계적 차원의 사회적 자본은 신뢰, 규범과 상호규제, 상호의무와 기대, 서로에 대한 동일화 등을 포함한다. 마지막으로 인지적 차원의 사회적 자본은 서로 유대관계를 가지는 사람들이 공유하고 있는 의미체계, 언어와 코드, 전설과 일화 등의 문화를 포함한다. Tsai and Ghoshal(1998)은 이러한 이론에 근거하여 사회적 자본은 자원의 교환 및 결합에 영향을 미치며 혁신을 창출한다는 연구 모형을 제시하고 이를 분석하였다.

기업의 사회적 자본에 관한 국내의 선행연구들은 아직까지 대부분 개념적, 이론적 논의에 머무르고 있다(김재구 외, 2000; 송일호, 2005; 이경목, 1996; 정명호·오홍석, 2005). 이경목(1996)은 기업의 사회적 자본을 크게 두 가지로 나누어 살펴보고 있다. 하나는 기업 그 자체가 가진 다른 조직과의 유대관계이고, 다른 하나는 기업 구성원들이 가지고 있는 외부와의 인적인 유대관계이다. 김재구 외(2000)의 연구에서는 기업의 사회적 자본을 다음과 같이 크게 3가지로 나누어 구분하고 있다. 첫째, 기업 구성원간의 의미의 공유, 지원과 신뢰관계이다. 둘째, 기업 구성원이 가

지고 있는 외부와의 인적인 유대관계이다. 셋째, 기업 그 자체가 가진 다른 기업과의 유대관계이다. 첫 번째 개념은 기업 내부 구성원들 간의 관계의 특성에 기반을 두고 있고, 두 번째와 세 번째의 개념은 구성원이나 기업 그 자체가 갖는 외부인 혹은 다른 기업과의 관계구조에서 생성되는 사회적 자본이다.

한편, 최근에는 실증분석을 이용한 연구결과도 발표되고 있는데(이영찬 외, 2008, 2009; 이영현 외, 2007), 이영현 외(2007)의 연구에서는 사회적 자본이 기업성공에 미치는 영향을 실증적으로 분석한 바 있다. 이 연구에서는 신뢰, 비전 및 가치공유, 업무네트워크밀도, 친교네트워크 밀도, 부서 간 네트워크와 같은 사회적 자본의 매출증가, 기업의 시장위치, 혁신제안활동, 상품의 질 등과 같은 기업성공에 영향을 미치며, 이러한 사회적 자본의 축적이 기업성공과 기업 경쟁력 확보의 중요한 수단이 된다고 주장하였다. 이영찬 외(2008, 2009)의 연구에서는 기업의 사회적 자본을 네트워크, 신뢰, 그리고 규범 등으로 정의하고, 사회적 자본 수준이 지식경영활동 및 노사관계, 그리고 기업성공에 미치는 영향을 실증적으로 규명한 바 있다.

기업의 사회적 자본에 관한 국내외의 선행연구들을 살펴보면 아직까지 실증분석을 위한 체계적인 분석모형과 측정지표 개발이 이루어지지 않았고, 사회적 자본의 영향요인 분석이나 사회적 자본이 기업성공에 미치는 효과 분석과 같은 실증분석은 최근에 와서야 본격적으로 수행되고 있는 상황이다.

2. 재일코리안에 대한 연구동향

2.1 재일코리안의 정의와 현황

일반적으로 1980년대 이전에 도일한 ‘재일코리안’은 ‘재일조선·한국인’으로 올드커머라고 불리고 있다. 반대로 1980년대 이후에 유학생, 상시주재원, 기업가, 취업, 파견사원, 결혼비자 등으로 도일한 사람들이 정착하기 시작하면서 그들을 ‘뉴커머’로 지칭한다. 그러나 최근 재일코리안 사회의 추세는 올드커머와 뉴커

머로 구분하기보다는 화합을 강조하는 용어로서 ‘재일한인’이 포괄적으로 사용되고 있다. 따라서 ‘재일한인’은 국적, 출생, 귀화 여부를 불문하고 ‘한국·조선’의 구분을 초월하여 같은 피를 나눈 민족개념으로 연결된 ‘재일한인’ 사회 전체를 지칭하는 용어로 정착되고 있다(임채완 등, 2007: p.31). 본 연구에서는 ‘재일한인’과 동일한 개념으로 ‘재일코리안’이라는 용어를 사용하고자 한다.

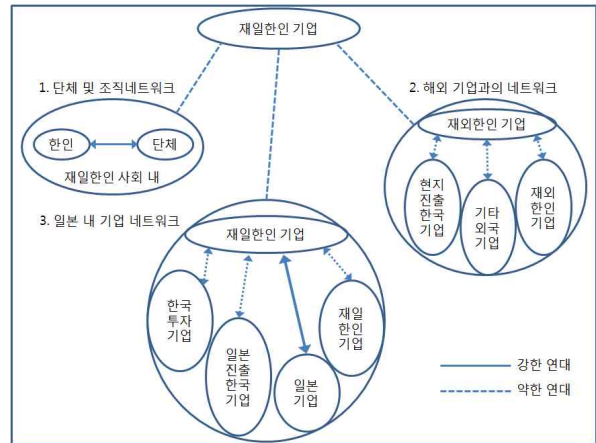
전 세계적으로 재외한인은 700만 명으로 추정되고 있지만, 그 중 현재 일본에 거주하는 재일코리안은 약 60만 명이다. 일본의 국제화와 더불어 일본에 체류하는 외국인 수가 증가하면서 재일코리안의 전체 비율은 점점 감소 추세이지만 일본국적 취득자나 1980년대 전후 도일한 뉴커머를 합하면 실제로 재일한인은 약 90만 명으로 추산된다.

2.2 재일코리안 기업의 네트워크

지금까지 수행된 재일코리안 기업의 네트워크에 관한 연구는 매우 적은 실정이다. 2000년 이전에는 민단과 총련에서 각각 조사를 수행한 바 있으며, 2000년 이후에는 통합적이고 거시적인 관점에서 재일한인 기업가(한상) 네트워크 분석이 주로 수행되었다(재일동경청년상공회의소, 1989; 오규상, 1996; 재일본조선인상공연합회, 2001; 박삼석, 2002; 임채완 등, 2007; 한재향, 2010). 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

먼저 재일동경청년상공회의소(1989) 조사에서는 1989년 일본전국 23개 지역의 청년회의소를 통해 조사대상자 4,000명에게 우편조사를 실시하였다. 조사결과 재일동경청년상공회의소, 재일한국상공인연합회, 민족금융기관 등의 협력으로 총 3,199통의 설문지가 회수되었다. 이 조사는 민단 단위를 중심으로 이루어졌으며, 기업가의 한국어 구사력, 자녀의 통명사용, 민단 참가 여부 등과 기업의 종업원 구성, 후계자 선택문제, 일본금융기관 이용실태, 모국투자, 해외투자(본국 제외), 민족금융기관 이용실태, 기업가 활동에

대한 기대 등을 조사하였다. 다음으로 재일본조선인상공인연합회(총련)에서는 1999년 재일한인 기업의 경영실태에 관한 조사를 실시하였다. 구체적으로, 일본 전국 33개 지역의 재일한인 기업 8,023개사를 대상으로 우편조사를 실시하여 총 7,965개사로부터 설문지를 회수하였다. 이 조사에서는 재일한인 기업의 네트워크 실태와 관련하여 제도권 금융이용 실태, 거래금융기관, 외국인 고용실태(재일한인, 일본인 제외), ‘조선상공신문 구독 여부’, ‘희망하는 기사 및 내용’ 등을 조사하였다. 세 번째로 오규상(1996)은 일본에서 기업을 경영하고 있는 조선인, 재일조선상공인의 관점에서 중화경제권의 실태와 상황을 파악하고 거시적인 관점에서 비교분석을 수행하였다. 그리고 이를 통해 화교·화상의 동향으로부터 재일한인 기업가(한상)의 경영활동에 참고할 수 있는 주요 요인을 도출하였다. 네 번째로 박삼석(2002)도 유대인, 화상 등의 특징과 경제적인 성공요인을 분석하고, 재외한인(재일한인 포함)과의 비교분석을 수행하였다. 마지막으로 임채완 외(2007)은 도쿄, 오사카, 후쿠오카 지역의 재일코리안 기업가들을 대상으로 한 설문조사 및 면접조사, 관찰조사를 통해 기존 연구결과와의 비교분석을 수행한 바 있다. 이들은 Granovetter(1973)의 네트워크 이론에 근거하여 기존 선행연구를 정리한 후 재일코리안 기업의 네트워크 현황을 [그림 1]과 같이 제시하였다.



(그림 1) 재일코리안 기업의 네트워크

출처: 임채완 외(2007), p.55.

[그림 1]에서 보는 바와 같이 재일코리안 비즈니스 네트워크의 현황은 크게 3가지로 구분되며, 이를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 재일코리안 기업들이 일본 내 단체 및 조직과 형성하고 있는 네트워크이다. 재일코리안 사회 내부의 단체와 조직 간의 네트워크 관계는 강한 연대의 네트워크를 형성하고 있으며, 폐쇄적인 성격이 강하다고 할 수 있다. 둘째, 재일코리안 기업들이 한국투자기업, 일본진출 한국기업, 일본기업, 재일코리안 기업 등 일본 국내기업과 형성하고 있는 네트워크이다. 일본 내의 기업 간 네트워크 중에서는 재일코리안 기업 간의 네트워크 관계가 강한 것으로 추측할 수 있으나 실제로 재일코리안 기업들은 일본기업과 거래를 많이 하는 것으로 보고되고 있으며, 강한 연대를 형성하고 있다. 셋째, 해외기업과의 네트워크이다. 재일 코리안 기업과 해외기업과의 네트워크 관계를 살펴보면, 아직 소수에 불과하지만 약한 연대를 형성하고 있는 것으로 판단된다.

III. 연구모형과 연구가설

1. 연구모형

사회적 자본의 구조적 차원은 조직 내 존재하고 있는 공식적, 비공식적 사회적 연결망 또는 유대관계

연결망을 의미한다. 사회적 자본의 관계적 차원으로 조직구성원들이 서로 간에 맺고 있는 관계의 특성을 나타내며, 대표적인 관계의 특성은 신뢰이다. 사회적 자본의 인지적 차원은 전체 조직 구성원들이 공유하고 있는 인지체계에 대한 것으로서 구성원들이 조직의 비전이나 목표, 문화, 규범의 체계 등을 유사하게 인식할수록 상황에 대한 공통의 해석을 할 수 있을 뿐 아니라 자신들을 하나의 운명 공동체로 바라보게 되어 조직성과에 긍정적 영향을 미치게 된다.

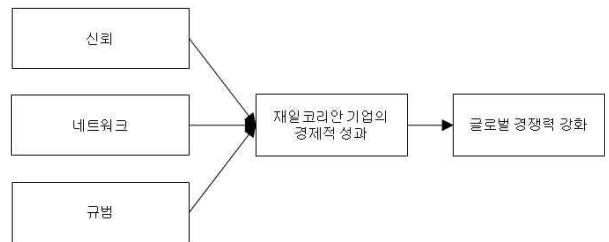
본 연구는 사회적 자본을 구조적, 관계적, 인지적 차원을 모두 포괄한다. 따라서 사회적 자본의 구성요소를 신뢰, 네트워크, 규범으로 보고 재일코리안 기업인의 사회적 자본을 분석한다.

사회적 자본의 요소간의 인과적 관계를 설명하면, 우선 신뢰의 축적은 연결망의 결속을 강화하고, 불신 대상자는 연결망에서 배제하거나 제재를 가해 연결망 내의 위험요인을 제거한다. 연결망은 신뢰가 축적되는 중요한 장으로써, 연결망 안에서의 누적적인 상호작용의 경험을 통해서 신뢰가 생겨나고 안정화된다. 연결망은 또한 3자 감시가 용이하고 구성원에 대한 정확한 정보가 빠르게 흐르므로, 배반의 확률을 낮춘다. 사회규범은 일탈 행위를 억제함으로써 연결망의 결속을 다져서 생산성을 증가시키고, 공공재화를 비교적 쉽게 만들 수 있도록 한다. 규범을 일탈할 경우 연결망 공동체에서 축출하기도 한다. 신뢰가 사회규범에 미치는 단기적인 영향은 없지만, 장기적으로 신뢰는 공동체 구성원들이 전체의 이익에 헌신하도록 하는 규범을 내면화하도록 한다. 상대를 신뢰하지 못하는 상황에서는 상대의 행위를 예측할 수 있도록 하는 규범이 작동하지 못하는 것이다. 끝으로 규범은 제재를 통하여, 혹은 개인에게 내면화된 규범을 통하여 신뢰와 협동을 유도한다.

신뢰와 네트워크 그리고 규범과 같은 사회적 자본의 확충은 단순 혈연적 관계를 넘어 민족 공동체의 관계 밀도를 높여 공동체의 정체성을 확보하는데 결정적 역할을 수행하게 되며, 이는 구성원들(국내-재일 코리안 기업)간에 호혜성에 입각한 자발적 거래 관계

를 바탕으로 민족 공동체 비즈니스 네트워크가 성립되며 이는 경제적 이익으로 실현되어 궁극적으로는 글로벌 경쟁력이 생기게 되는 것이다.

지금까지의 논의에 기초하여 본 연구에서는 재일 코리안 기업의 사회적 자본 수준과 성과 간의 인과관계를 실증적으로 규명하기 위한 연구모형을 [그림 2]와 같이 구축하였다.



[그림 2] 연구모형

구성원들이 공동체 의식에 바탕을 두고 서로 협력하기 위해서는 상호 신뢰가 가장 중요하다. 따라서 신뢰는 조직에서 협력수준을 제고시켜 준다. 신뢰는 직접적일 뿐만 아니라 간접적으로도 조직의 효과성을 높인다. 관계적 차원의 사회적 자본은 구성원들 간의 신뢰수준을 높이고 정보의 흐름을 촉진시켜 협력적인 행동을 증진시킨다. 따라서 사회적 자본인 신뢰는 재일코리안 기업들의 신뢰를 증대시켜 성과향상에 기여할 것이다(Adler and Kwon, 2000; Nahapiet and Ghoshal, 1998; Tsai and Ghoshal, 1998).

가설 1 : 재일코리안 기업의 신뢰수준이 높을수록 경제적 성과는 더 높을 것이다.

Burt(1992)는 사회적 자본을 네트워크라는 용어로 기술하고, 구조적 공지(structural holes)에 관해 설명하였다. 여기서 구조적 공지란 네트워크 연결이 되지 않은 지역을 말하며, 조직 내에서 인적 네트워크를 넓혀 나가려는 개인에게는 이러한 구조적 여지가 기회로 작용할 수 있지만 조직 차원에서는 이롭지 못하다. 왜냐하면 조직 내의 구조적 공지는 구성원 간의

정보공유를 방해하고 경쟁을 촉발시키기 때문이다. 사회적 자본은 네트워크 내에서 이러한 구조적 공지가 확산되는 것을 방지할 수 있다(Portes, 1998).

가설 2 : 재일코리안 기업의 네트워크 연결성이 높을수록 경제적 성과는 더 높을 것이다.

규범에서 가장 중요한 것은 호혜성(reciprocity)이다. 호혜성은 사회적 자본의 매우 생산적인 요소라고 할 수 있는데, 왜냐하면 규범(규칙, 질서)이 통용되는 조직에서는 기회주의를 보다 효율적으로 억제할 수 있고, 집단행동 문제도 해소할 수 있다. 규범(규칙, 질서)을 지킴으로써 상대방에게 착취당하지 않고 보상 받을 것이라는 확신을 구성원들이 가지고 있는 조직에서 교환이 반복되면 호혜적 규범이 발달하게 된다(Child and Rodriques, 1996; Lewicki and Bunker, 1996; Merton, 1968; Pettigrew, 1973; Simon and Davies, 1996; Tajfel, 1982).

가설 3 : 재일코리안 기업의 호혜적 규범 준수 수준이 높을수록 경제적 성과는 더 높을 것이다.

앞서 언급한 바와 같이 사회적 자본의 확충은 민족 공동체의 정체성을 확보하는데 결정적 역할을 수행하게 되며, 이는 구성원들(국내-재일코리안 기업)간에 민족 공동체 비즈니스 네트워크를 형성하고 경제적 성과로 실현되어 궁극적으로는 글로벌 경쟁력이 강화된다(Campbell et al., 1986; Lin, 1982).

가설 4 : 재일코리안 기업의 경제적 성과는 글로벌 경쟁력을 강화시킬 것이다.

IV. 연구방법

1. 자료수집

본 연구에서는 민단과 총련에 소속된 재일코리안

기업가(자영업자 포함)들 중에 도쿄, 오사카, 나고야 지역에 거주하는 기업가를 대상으로 2009년 9월부터 2010년 3월까지 설문조사를 실시하였다. 본 연구의 설문조사는 우편방식, 전화 인터뷰, 그리고 면접조사를 병행하여 수행되었다.

먼저 우편조사는 조사대상지역의 남녀 재일코리안 기업가, 특히 기업가 목록에서 주소가 확인된 기업가 748명을 상대로 우편조사를 실시하여 총 153명으로부터 설문지가 회수되었다. 또한 이 조사는 초기부터 설문조사와 면접조사를 병행하여 면접조사결과 회수된 총 93명의 재일코리안 기업가에 대하여 면접조사와 통계적 방법을 병행한 양적·질적 분석을 실시함으로써 수집된 자료의 상호보완에 주력하였다.

먼저 설문조사 결과를 바탕으로 재일코리안 기업가의 인구통계적인 특성과 네트워크 현황에 대하여 파악하고, 기업가 인터뷰 조사를 통하여 기업의 성장 과정이나 네트워크 실태 등에 관한 상세한 정보를 입수하여 분석하였다. 또한 설문지 응답자 전체에 대한 기업가의 경향과 변수간의 상관관계를 확인하기 위하여 통계분석을 활용하였으며 설문지 조사에서 누락되었거나 입수할 수 없었던 중요한 정보들은 면접조사를 통하여 설문조사의 결점을 보완하였다. 또한 이 연구의 자료 수집방법의 하나로 기업가들을 대상으로 직접 면접조사를 실시하였다. 기업가와의 면접시간은 평균 한 시간 정도였지만, 길게는 4시간에 걸쳐 실시한 적도 있었다. 면접조사표는 폐쇄(제한) 응답형질문과 자유응답형 질문을 병행하여 질문에 응답한 내용을 조사표에 기입하거나 녹음하여 나중에 정리하였다. 면접방법은 주로 면접한 기업가가 다른 친한 기업가를 소개해주는 기연법에 의해 실시되었다.

2. 측정방법

측정도구의 신뢰성과 타당성을 확보하기 위해 변수를 구성하는 모든 개념에 대해 복수 항목의 설문을 개발하였으며(Churchill, 1979; Nunnally, 1978), 측정도구 개발에 활용할 수 있는 선행 연구가 미비할 경우

관련 연구를 참조하여 본 연구자들이 설문항목을 개발하였다. 또한 분석의 용이성을 위해 모든 측정도구의 척도로는 리커트 5점 척도를 이용하였다.

3. 측정문항

본 연구의 설문지는 사회적 자본과 경제적 이익, 그리고 글로벌 경쟁력이라는 세 가지 구성개념에 대한 총 23개의 문항으로 구성되었다. 우선, 사회적 자본은 <표 1>에서 보는 바와 같이 신뢰(5문항), 네트워크(5문항), 호혜적 규범(5문항), 경제적 성과(5문항), 그리고 조직성과(5문항) 등 31개의 문항으로 구성되어 있다.

<표 1> 사회적 자본 측정문항

구성개념	문 항	변수명	
사회적 자본	신뢰	1. 부서간 동료에 대한 신뢰	T1
		2. 상사에 대한 신뢰	T2
		3. 타 부서 동료에 대한 신뢰	T3
		4. 부하에 대한 신뢰	T4
		5. 타 기업(일본국내동포기업, 일본기업, 해외동포기업, 외국기업(한국기업 포함)에 대한 신뢰	T5
	네트 워크	1. 조직구성원의 협력	N1
		2. 갈등의 자체적 해결	N2
		3. 조직내 정보 공유	N3
		4. 민주적 의사결정	N4
		5. 대외 네트워크 구축·활용	N5
	호혜적 규범	1. 조직의 규범 및 규정 확립	R1
		2. 조직구성원의 규범 및 규칙 준수	R2
		3. 조직 질서의 확립	R3
		4. 조직구성원 간의 시민의식	R4
		5. 국내·외 상거래법 준수	R5

다음으로 경제적 성과를 측정하는 문항은 <표 2>와 같이 매출액 향상, 기업의 발전, 조직참가 만족, 사업 확장, 그리고 기업 존속 등 기업의 재무 및 비재무 성과를 측정하기 위한 5개의 문항으로 구성되어 있다.

<표 2> 경제적 성과 측정문항

구성개념	문 항	변수명
경제적 성과	1. 매출액 향상	P1
	2. 기업의 발전	P2
	3. 조직참가 만족	P3
	4. 사업 확장	P4
	5. 기업 존속	P5

마지막으로 글로벌 경쟁력 강화를 측정하는 문항은 <표 3>과 같이 한국의 글로벌 인재육성사업 참여 의지, 한국 기업과의 교역 증대, 그리고 재외코리안 기업과의 교역 증대 등이다.

<표 3> 글로벌 경쟁력 측정문항

구성개념	문 항	변수명
글로벌 경쟁력 강화	1. 한국의 글로벌 인재육성사업 참여 의지	G1
	2. 한국 기업과의 교역 증대 의지	G2
	3. 재외코리안 기업과의 교역 증대 의지	G3

V. 실증분석

1. 표본의 특성

이번 조사는 도쿄, 나고야, 오사카의 재일코리안 기업가를 중심으로 조사를 했기 때문에 본 연구조사를 이해하기 위해서는 샘플의 특성과 편중에 대하여 살펴볼 필요가 있다.

먼저, <표 4>에서 샘플의 특징에서 지역 분포를 살펴보면, 도쿄에 집중되어 있으며 오사카, 나고야 지역만이 모집단 보다 샘플의 비율이 높게 나타났다.

업종별로는 ‘야끼니쿠 산업’이 16.9%, ‘판매영업’이 16.2%, ‘음식 및 숙박업’이 11%, ‘무역’이 9%, ‘파칭코 산업’이 7.1% 순이었다.

성별분포를 보면, 2005년도 조사에서는 96%가 남성기업가로 남성의 비율이 압도적으로 많았다. 대체적으로 재일코리안 기업가에게는 아직까지 사회적 특성상 가부장적 제도의 영향을 받아 유교적인 풍습이 강하게 남아있어 가족경영이나 가족기업이 많다는 사실을 확인할 수 있었다. 이번 조사에서도 남성기업가

〈표 4〉 재일코리안 기업의 인구통계학적 특징

항목	구분	백분율(%)	항목	구분	백분율(%)
지역	도쿄	68.2	세대	재일 1세	37.7
	오사카	19.5		재일 2세	51.9
	나고야	12.3		재일 3세	10.4
성별	남성	76.6	조직참가 유무	하고 있다	95.5
	여성	23.4		안하고 있다	4.5
주력업종	야끼니쿠 산업	16.9	참가 조직 및 단체	민단	44.2
	판매영업	16.2		총련	20.1
	음식·숙박업	11.0		각종 기업가 단체	12.3
	무역업	9.1		재일한국상공회의소	29.9
	토목·건설업	5.8		재일조선인상공연합회	26.0
	IT관련 산업	5.8		KOTRA	4.5
	부동산·금융	4.5		OKTA	12.3
	기타	23.3		재일한국청년상공회의소	3.9
				재일한국인연합회(한인회)	15.6
				기타	34.3
연령	40세 미만	20.1	창업연도	1960년 이전	6.5
	40~50세 미만	35.7		1960~1970년	7.8
	50~60세 미만	33.1		1980~1990년	20.8
	60~70세 미만	7.8		1990~2000년	38.3
	70세 이상	3.2		2000년 이후	14.3

비율이 여전히 높았으나 약 23% 정도가 여성 기업가라고 응답하였다.

기업가의 연령별 분포를 보면, 연령범위는 26세~85세까지이며 평균연령은 49.5세, 중앙치는 49였다. 연령별 분포도를 보면 '40~50세까지의 기업가'가 35.7%로 가장 많고, 기업가의 절반 이상이 50세 미만으로 재일 2, 3세가 주류를 형성하고 있다. 50세 미만의 기업가가 증가추세이며, 60세 이상의 비율을 보면, 약 11%로 감소하는 경향이 있다.

재일코리안 기업가의 세대별 분류를 보면, 재일 1세대라고 응답한 기업가가 37.7%, 재일 2세대가 51.9%, 재일 3세대가 10.4% 순으로 응답했다.

재일코리안 기업의 창업연도를 조사한 결과, '1960년 미만'이 6.5%, '1960~1970년'이 7.8%, '1970~1980년'이 12.3%, '1980~1990년'이 20.8%, '1990~2000년'이 38.9%, '2000년 이상'이 14.3%이다. 일본의 경제 성장과 더불어 재일코리안 기업도 꾸준히 증가해온 것으로 나타났으며 특히 1980년대 버블경기 시작과 더불어 뚜렷한 증가를 나타내고 있다. 또한 1980년대 전후 일본에서 뉴커머의 급격한 증가와 더불어 뉴커머 기업가들이 재일코리안 기업가들의 지원과 도움으로 창업에 성공한 사례가 다수 포함되어 있다.

2. 신뢰성 및 타당성 분석

실증분석을 수행하기에 앞서 개발된 측정도구가 갖 추어야 할 두 가지 중요한 특성으로 신뢰성(reliability)과 타당성(validity)을 들 수 있다. 신뢰성이란 동일한 대상에 대하여 비교 가능한 측정도구를 사용하여 반복적으로 측정할 경우 동일하거나 비슷한 결과를 얻을 수 있는 정도를 말하는 것으로, 이를 측정하는 방법으로는 재검사법, 복수양식법, 반분법, 내적 일관성 기법 등 여러 가지가 있다. 본 연구에서는 동일한 요인을 구성하는 항목들 간의 내적 일관성을 평가하는데 사용되는 Cronbach's Alpha 계수를 이용하여 측정도구의 신뢰성을 평가하였다. 여기서 내적 일관성이란 동일한 개념을 측정하기 위해 여러 개의 항목을 이용할 경우 신뢰성을 저해하는 항목을 식별하여, 이를 측정도구에서 제외시킴으로써 측정도구의 신뢰성을 높이기 위한 방법이다. 일반적으로 기업단위 분석의 경우 Alpha 값이 0.6 이상이면 신뢰성이 있다고 보며, 전체 변수를 하나의 척도로 종합하여 분석할 수 있다. 이에 비해 타당성이란 측정도구가 연구자가 사전에 의도한 개념을 제대로 측정하고 있는지를 나타내는 것으로, 주로 요인분석을 통해 확인된다.

<표 5> 신뢰성 분석 결과

구성개념	최종 항목수	평균	Cronbach's Alpha
신뢰	4	3.530	0.837
네트워크	4	3.727	0.839
호혜적 규범	4	3.386	0.838
경제적 성과	5	3.839	0.910
글로벌 경쟁력	3	3.393	0.917

신뢰성 분석 결과, 구성개념에 대한 신뢰도를 0.6을 기준으로 해서 볼 때(Nunnally, 1978), <표 5>에서 보는 바와 같이 모든 변수들의 Cronbach's Alpha 계수가 0.8이상이므로 사회적 자본 변수, 경제적 성과, 그리고 글로벌 경쟁력 변수 모두 신뢰성에는 큰 문제가 없는 것으로 판단된다.

<표 6> 사회적 자본 요인분석 결과

문항	성분		
	1	2	3
신뢰1			.864
신뢰2			.783
신뢰3			.588
신뢰4			.667
네트워크1	.805		
네트워크2	.863		
네트워크3	.717		
네트워크4	.679		
호혜적 규범1		.699	
호혜적 규범2		.843	
호혜적 규범3		.763	
호혜적 규범4		.795	
고유값	3.687	1.501	1.109
설명된 분산(%)	47.391	12.508	9.241
누적된 설명 분산(%)	47.391	59.899	69.140

<표 6>에서 보는 바와 같이 사회적 자본 변수는 3개의 요인으로 구분되었으며, 각각의 요인적재량도 0.5 이상으로 높게 나타났다. 첫 번째 요인은 네트워크 요인으로 47.391%의 가장 높은 설명력을 가지고 있으며, 다음으로 신뢰(12.508%), 그리고 호혜적 규범(9.241%)의 순으로 설명력을 가지고 있는 것으로 나타났다.

3. 가설검증

본 연구에서는 재일코리안 기업의 사회적 자본이 경제적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하기 위해 재일코리안 기업의 사회적 자본을 독립변수로 하고, 경제적 성과를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다. 재일코리안 기업의 사회적 자본으로는 앞서 요인분석을 통해 도출된 신뢰, 네트워크, 그리고 호혜적 규범 등의 변수를 선정하였다. 다중회귀분석 결과를 정리하면 <표 7>과 같다.

<표 7> 사회적 자본이 경제적 성과에 미치는 영향

사회적 자본	Adj. R ² =0.554, Sig. = 0.000**			
	베타 계수	t-값	Sig.	VIF
신뢰	.335	5.618	.000*	2.015
네트워크	.285	4.527	.000*	2.247
호혜적 규범	.231	3.909	.000*	1.984

*) 유의수준 1%에서 통계적으로 유의

<표 7>에서 재일코리안 기업의 사회적 자본 변수는 모두 경제적 성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이 중에서 신뢰가 가장 큰 영향을 미치고, 다음으로 네트워크, 호혜적 규범 순으로 나타났다. 따라서 <가설 1>, <가설 2>, <가설 3>은 모두 채택되었음을 알 수 있다.

그리고 <표 8>에서 보는 바와 같이 재일코리안 기업의 경제적 성과(매출액 향상, 기업의 발전, 조직참가 만족, 사업 확장, 기업 존속)은 글로벌 경쟁력(한국의 글로벌 인재육성사업 참여 의지, 한국 기업과의 교역 증대 의지, 재외코리안 기업과의 교역 증대 의지)에 유의미한 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

<표 8> 경제적 성과가 글로벌 경쟁력에 미치는 영향

	Adj. R ² =0.340, Sig. = 0.000**		
	베타계수	t-값	Sig.
경제적 성과	.585	11.506	.000**

*) 유의수준 1%에서 통계적으로 유의

<표 8>의 결과는 재일코리안 기업들이 신뢰, 네트워크, 그리고 호혜적 규범을 통한 사회적 자본의 수준이 높을 경우 경영성과를 높게 인식하였고, 이러한 경영성과는 민족 공동체 의식을 고취시켜 한국의 글로벌 경쟁력 강화에 기여하게 됨을 의미한다. 따라서 <가설 4>는 채택되었음을 알 수 있다.

Ⅶ. 연구결과 및 시사점

본 연구는 재일코리안 기업가의 네트워크 현황에 관한 조사로서 재일코리안 기업가가 참가하고 있는 조직이나 단체를 중심으로 기업가의 개인 네트워크와 기업 간 거래에 대한 기업 네트워크의 특성을 분석했다. 조사대상은 도쿄, 오사카, 나고야 지역에 거주하는 재일코리안 기업가였다.

조사결과 재일코리안 기업가가 참여하고 있는 조직으로서는 민단, ‘재일한국상공회의소’, ‘조선상공연합회’, ‘총련’, ‘한인회’, ‘OKTA’, ‘각종 기업가단체’ 순이었다. 이와 같이 재일코리안 기업가의 개인네트워크(단체 및 조직 활동)에 대한 상관관계의 분석결과, 동질성이 높은 같은 민족, 같은 지역, 가까운 친척이나 가족, 동향과 동문을 중심으로 하는 네트워크를 형성하고 있었으며 상호간의 신뢰관계나 정보공유도가 높은 것으로 나타났다.

그러나 재일코리안 기업의 거래 기업 간 비율을 살펴본 결과, ‘일본 내 동포기업’이 29.4%, ‘해외동포기업’이 2%, ‘일본기업’이 60.6%, ‘기타(한국포함)외국기업’이 8%라고 응답했다. 이것은 재일코리안 기업이 일본기업과 거래하는 비율이 대체적으로 높고, 다음으로 일본 내 동포기업 순으로 높아 기업 간의 거래에 있어서는 동질 민족보다는 현지기업의 업종간의 정보교환이나 거래관계를 중시하는 경향을 나타내고 있다. 이러한 현상은 재일코리안 기업이 일본에 정착하기 시작한지 60년이라는 세월이 흘렀고 어느 정도 현지화에 성공했다는 것을 의미한다. 그러나 아직까지는 외국기업이나 해외동포기업과의 거래비율이 낮

고 여전히 일본 내 기업이나 일본 내 기업이나 일본 내 동포기업과의 거래가 중심이 되고 있다는 것은 국제화 시대를 맞이하여 글로벌 기업의 네트워크 구축에 매우 불리하게 작용하고 있으며 기업발전의 저해 요인이라고 할 수 있다.

본 연구의 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 재일코리안 기업가는 약 60년이라는 세월이 지나면서 일본 경제의 주류를 형성하게 되었고 성공한 기업가가 다수 탄생하게 되었다. 이러한 성공배경에는 민족자산인 동포간의 네트워크, 즉 재일코리안과 기업 간을 연결하는 단체나 조직과 같은 네트워크의 역할이 중요하였다는 것을 확인할 수 있었다. 그러나 글로벌 시대를 맞이하여 재일코리안 기업이 세계 속의 글로벌 기업으로 성장하고 세계시장 경쟁에서 생존하기 위해서는 기존의 재일동포간의 네트워크를 바탕으로 세계한상기업과 연결하는 글로벌 재외코리안 비즈니스 네트워크 구축 방안이 구체적으로 제시되고 마련되어야 할 것으로 판단된다.

둘째, 재일코리안 기업가의 단체 및 조직 활동, 그리고 기업 간의 거래관계를 살펴본 결과, 여전히 동질성이 높은 민족 간의 ‘강한 연대’가 주축이 되어왔지만, 향후 현지 일본인과의 연대모색, 그리고 재일코리안 기업가의 각종 기업가활동을 통한 세계한상과의 연결망 구축 등 ‘약한 연대’의 구축도 필요하다는 것을 알 수 있었다. 이러한 시대적인 요구와 변화에 따라 세계한상네트워크 구축과 활성화 방안에 대한 정부차원의 지원과 정책적인 변화가 요구된다.

재외동포 네트워크 활성화를 위한 정책적 기류가 참정권 실시와 더불어 조성되었고 경제적인 측면에서 글로벌 한인 네트워크를 활용하여 동포기업과의 거래 증진 그리고 경제 영역확대가 요청됨을 절실히 알 수 있다. 국내 인구 성장율의 하락 및 고령화 그리고 지속적인 해외이주 추세 및 다수의 잠재적 해외이주 수요자의 존재 등도 글로벌 네트워크 활용에서 고려되어야 할 사항이며, 인터넷 사용인구의 증가 및 사람 중심의 인터넷 사회로의 패러다임의 전환 시점에서 온라인을 통해 시공간적 제약을 벗어난 글로벌 한인

네트워크 및 상호 교류체계의 구축 그리고 정보의 품질 향상 및 이용 활성화, IT 관리체계 및 역량 강화가 요구된다고 하겠다.

따라서 재외동포의 인적자원 활용을 통한 경제 규모 확대, 재외동포기업과 정보교류 및 교역을 통한 경제 활성화와 더불어 전 세계 재외동포의 네트워크화 및 교류·협력 확대를 통한 국가 경쟁력 및 브랜드 가치 제고가 가장 중요한 과제라고 할 수 있다.

본 연구의 한계점으로는 현지 재일코리안 기업인에 대한 조사의 어려움으로 인해 표본수가 많지 않아 연구결과의 일반화하는 데는 문제점이 있다.

Ⅷ. 참고문헌

[국내 문헌]

- [1] 김재구, 이경목, 장영철, 최순규 (2000), 신노사 문화 창출을 위한 지식공동체 모델 개발, 노동부.
- [2] 박삼석 (2002), 海外コリアン, 中公新書.
- [3] 송일호 (2005), 사회적 자본 구축의 경제적 효과 분석: 노사관계를 중심으로, 기업경영연구, 12(2), 73-88.
- [4] 오규상 (1996), 아시아를翔る華僑·在日コリアン, 朝鮮青年社.
- [5] 이경목 (1996), 사회적 자산(Social Capital)의 형성과 활용, 노사관계연구, 7, 265-290.
- [6] 이영찬, 권기택, 이승석 (2008), 기업의 사회적 자본, 지식경영활동, 그리고 성과 간의 구조적 인과관계, 지식경영연구, 9(1), 129-146.
- [7] 이영찬, 김영재, 이승석 (2009), 사회적 자본이 노사관계 및 기업성과에 미치는 영향에 관한 실증연구, 지식경영연구, 10(4), 133-150.
- [8] 이영현, 김안국, 유한구, 김미란 (2007), 사회적

자본과 인적자원개발[III]: 기업의 사회적 자본과 경쟁력, 한국직업능력개발원.

- [9] 임채완, 임영언, 최석신, 나주몽 (2007), 재일코리안 기업의 네트워크, 북코리아.
- [10] 임영언, 임채완, 최석신, 나주몽, 이석인 (2006), 재일코리안 기업의 경영활동, 북코리아.
- [11] 정영호, 오홍석 (2006), 집단 구성원의 인적 자본과 사회적 자본이 집단성과에 미치는 영향, 한국인사조직학회, 2006년도 추계학술연구발표논문집, 255-275.
- [12] 在日韓國青年商工人連合會 (1989), 『靑商連合會「靑商運動10周年記念誌」』, 育英出版社.
- [13] 在日本朝鮮人商工聯合會結成55周年記念集委員會編集 (2001), 『在日本朝鮮人商工連合會55年-朝鮮商工會半世紀の歩み-』, 朝鮮青年社.
- [14] 韓載香 (2010), 「在日企業」の産業經濟史, 名古屋大學出版會.

[국외 문헌]

- [1] Adler, P. S. and Kwon, S. (2002), Social Capital : Prospects for a New Concept, *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- [2] Bourdieu, P. (1986), The Forms of Capital, in J. G. Richardson, Ed., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, 241-258.
- [3] Burt, S. R. (1992), *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Harvard University Press.

- [4] Campbell, K. E., P. V. Marsden, and J. S. Hurlbert. (1986), Social Resources and Socioeconomic Status, *Social Networks*, 8, 97-117.
- [5] Child, J. and Rodrigues, S. (1996), The Role of Social Identity in the International Transfer of Knowledge Through Joint Ventures, in Clegg, S. R. and Palmer, G., (Eds), *The Politics of Management Knowledge*, Sage, London, 46-68.
- [6] Churchill, Gilbert A. (1979), A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs, *Journal of Marketing Research*, 64-73.
- [7] Coleman, J. S. (1988), Social Capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology*, 94(supplement), s95-s120.
- [8] Granovetter, M. (1973), The Strength of Weak Ties, *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380
- [9] Lewicki, R. J. and Bunker, B. B. (1996), Developing and Maintaining Trust in Work Relationships, in Kramer, R. M. and Tyler, T. M. (Eds), *Trust in Organizations : Frontiers of Theory and Research*, Sage, Thousand Oaks : CA, 114-139.
- [10] Lin, N. (1982), Social Resources and Instrumental Action, In Marsden P. and N. Lin (Eds), *Social Structure and Network Analysis*, Sage Publications.
- [11] Merton, R. K. (1968), *Social Theory and Social Structure*, Free Press : New York, NY.
- [12] Nahapiet, J. and S. Ghoshal (1998), Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage, *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266
- [13] Nunnally, J. C. (1978), *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill.
- [14] Pettigrew, A. M. (1973), *The Politics of Organizational Decision Making*, Tavistock, London.
- [15] Portes, A. (1998), Social Capital : Its Origins and Applications in Modern Sociology, *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
- [16] Putnam, R. D. (1995), Bowling Alone Revisited, *The Responsive Community*, Spring, 18-33.
- [17] Simon, L. and Davies, G. (1996), A Contextual Approach to Management Learning: The Hungarian Case, *Organization Studies*, 17(2), 269-289.
- [18] Tajfel, H. (Ed.) (1982), *Social Relations and Intergroup Relations*, Cambridge University Press, Cambridge.
- [19] Tsai, W. and Ghoshal, S. (1998), Social Capital and Value Creation: the Role of Intrafirm Networks, *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.

● 저 자 소 개 ●



유 경 재 (Kyosai Ryu)

중국 과학기술대학 이공학계에서 학사, 일본 국립 나고야대학 대학원 국제개발연구과에서 석사 및 박사학위를 취득하였다. 아시아경제문화연구소 소장으로 재직하고 있으며, 주요 관심 분야는 민족 네트워크, 글로벌 인력양성, 그리고 문화경영 등이다. 저서로는 세계의 코리안(일본: 멘세이출판사, 2006), 해외한인동포 경제인의 글로벌 네트워크 구축(한국: 도서출판 오름, 2006), 조선족의 글로벌이동과 국제네트워크(일본: ASIAI출판, 2006) 등이 있다.



이 영 찬 (Young-Chan Lee)

서강대학교 경영학과, 동 대학원에서 경영학 석사 및 박사학위를 취득하였다. 동국대학교 경상학부 부교수로 재직하고 있으며, The Open Operational Research Journal의 Editorial Board, 한국문화산업학회 편집위원으로 활동 중이다. 주요 관심 분야는 지식경영, 기업성과측정, 데이터마이닝, 복잡계 이론, 다기준의사결정 등이며, *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, *Expert Systems with Applications* 등의 국외 학술지와 경영학연구, 경영과학회지 등의 국내 학술지에 다수의 논문을 게재한 바 있다.